



ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL PADA REMAJA MASJID HIMPUNAN MUDA-MUDI AL-IKHLAS KELURAHAN DWIKORA KECAMATAN MEDAN HELVETIA

Ayu Zulia*, Cici Anggraini, Dinda Arwilda Sembiring, Isra Della Aulia, & Rizky Pratama

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

The massive development of technology today has penetrated into the increasing number of social media. Instagram, Facebook, Tik Tok, Twitter, and so on which are currently consumed by teenagers in Indonesia. Of course there are many benefits to be gained from social media, such as a place for healthy dialogue, creating prosperity, and providing a positive influence. However, it is undeniable that at least social media also has negative impacts, such as the spread of hoax news, hate speech, and the spread of negative doctrines. Therefore, the Real Work Lecture (KKN) team from the State University of North Sumatra (UINSU) tried to observe social media activities, especially for mosque youths in Dwikora Village, Medan Helvetia District. The purpose of this study was to find out about social media activities and their responses that tend to have a negative impact. This study uses a descriptive method with qualitative data analysis which only describes the phenomena that occur in the surrounding environment. The technique used in this research is purposive sampling by selecting some of the required informants, especially the youth of the Al-Ikhlas mosque, Dwikora Village, Medan Helvetia District.

ARTICLE HISTORY

Submitted 22 June 2022
Revised 18 July 2022
Accepted 04 August 2022
Published 27 August 2022

KEYWORDS

social media; communication ethics; youth; Al-Ikhlas mosque.

CITATION (APA 6th Edition)

Zulia, A., et al. (2022). Etika Komunikasi di Media Sosial pada Remaja Masjid Himpunan Muda-Mudi Al-Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial*. 6(2), 414-420.

*CORRESPONDANCE AUTHOR

elirisky30@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v6i2.5486>

PENDAHULUAN

Pola komunikasi saat ini sangat melekat dengan penggunaan media sosial, dengan hadirnya beberapa jenis *platform* seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, dan sebagainya. Berbagai kalangan, baik anak-anak, remaja, bahkan orang tua tidak terlepas dari fitur aplikasi media sosial ini dalam berkomunikasi sehari-hari. Bahkan hal ini sudah menjadi tren di Indonesia, penggunaannya saja sudah mencapai 15,3 juta akun untuk Facebook, sementara pengguna Twitter sudah mencapai 6,2 juta akun (Prasanti, 2018).

Kemajuan yang berkembang pesat di bidang teknologi telah melahirkan banyak inovasi, ide, informasi, atau gagasan yang memudahkan proses komunikasi, salah satunya dengan adanya media sosial seperti Twitter, Instagram, Tik Tok, Facebook, dan lain sebagainya. Media sosial tersebut menjadi wadah untuk menyalurkan serta mengekspresikan isi hati bagi penggunanya. Termasuk kalangan pemuda saat ini yang cukup aktif menggunakan gawainya.

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran *user-generated content* (Kaplan, 2010). Adapun ciri-ciri yang dimiliki oleh media sosial yaitu: (1) pesan yang disampaikan untuk banyak orang, seperti SMS ataupun via internet; (2) pesan yang disampaikan bebas tanpa harus melalui *gatekeeper*; (3) pesan yang disampaikan cenderung lebih dibanding media lainnya (Gemble, 2002).

Dengan akses informasi di media sosial yang begitu pesat, sehingga pengetahuan masyarakat juga berkembang. Akan tetapi, tidak semua informasi yang berada di media sosial bersifat positif. Ada juga informasi yang bersifat negatif, seperti penyebaran berita bohong (*hoax*), pelecehan dan pencemaran nama baik, pendoktrinan ke arah menyimpang dan sebagainya (Wahyudi, 2021).

Jika didefinisikan, media sosial memiliki arti bahwa media *online* yang menggunakan basis jejaring internet. Oleh karena itu, pola komunikasi berubah menjadi dialog interaktif berbasis *website*. Terdapat perubahan yang cukup signifikan yang awalnya komunikasi konvensional ke komunikasi jejaring sosial, yaitu menjadi lebih efektif dan efisien. Kemudian, para pengguna media sosial lebih mudah berpartisipasi, berbagi, serta berinteraksi sesama manusia di berbagai belahan dunia mana pun secara virtual (dalam jaringan)(Wahyudi, [2021](#)).

Media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia (Fahmi, [2011](#)). Tingkat penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi terlebih pada aplikasi jejaring situs pertemanan dan informasi. Dengan kata lain, hampir seluruh masyarakat di Indonesia memiliki dan mengakses hal tersebut. Aktivitas “bermedsos” tentu tidak terlepas dari pengaruh positif dan negatif. Kedua pengaruh ini tergantung dari cara penggunaannya. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu. Dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan wadah komunikasi yang terus mengalami kemajuan sehingga setiap orang dapat dengan bebas dan mudah menerima atau memberi informasi kepada publik melalui dukungan internet.

Sudibyo berpendapat bahwa perkembangan media sosial disebut sebagai kecenderungan proses komunikasi dalam menyampaikan pesan, diskusi, silang pendapat terkait suatu isu di media sosial. Namun hal demikian telah mengabaikan hal-hal yang fundamental dalam berkomunikasi di ruang publik yang mensyaratkan kemampuan mengendalikan diri, kedewasaan berkomunikasi, serta tanggung jawab atas ucapan yang hendak disampaikan (Sudibyo, [2016](#)).

Dengan semakin mudahnya semua kalangan mendapatkan akses data berupa bisnis, berita, pendidikan, dan politik sehingga sudah menjadi konsumsi sehari-hari. Berita atau ungkapan yang tidak layak pun juga semakin menjamur di media sosial. Maka perlu adanya pencegahan dari dampak-dampak buruk bermedsos (Putri, Nurhayati, Sunandar, Muiz, & Vindua, [2021](#)). Maka diperlukan adanya etika dalam berkomunikasi di media sosial. Dalam berkomunikasi, khususnya di media sosial, perlu adanya etika. Tujuannya adalah untuk menghindari dari terjadinya komunikasi yang tidak efektif juga terhindar dari nilai-nilai yang tidak sesuai dengan etika dan norma (Wahyudin & Karimah, [2016](#)). Menurut Mufid, etika komunikasi yaitu antara komunikator dan komunikan mencoba untuk mengelaborasi standar etis (Mufid, [2015](#)). Ada tujuh perspektif pembagian etika komunikasi, yaitu: (1) perspektif politik, dalam praktiknya, perspektif ini berupaya menumbuhkan sikap adil berlandaskan kebebasan, penanaman motivasi, serta menanamkan penghargaan atas perbedaan; (2) perspektif manusia, sejatinya adalah makhluk yang berpikir dan kemampuannya dalam memakai simbol. Asas berpikir manusia berasal dari rasionalitas, maka ia bebas memilih segala apa yang akan dilakukan; (3) perspektif dialogis, proses komunikasi dilakukan dengan dialog dua arah. Maka dialog yang dilakukan harus terbuka, jujur, menjaga kerukunan, menjaga intensitas, dan lainnya; (4) perspektif situasional, perspektif ini sangat berkaitan dengan penilaian moral. Dalam arti etika memiliki peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tingkat kepentingan pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk komunikasi etis; (5) perspektif religioitas, kitab suci merupakan pedoman bagi manusia dalam mengatur segala kebiasaan di kehidupan sehari-hari. Bahkan dalam berkomunikasi sangat penting untuk menerapkan etika komunikasi; (6) perspektif utilitarian, hal ini berguna untuk mengevaluasi cara dan tujuan berkomunikasi secara kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan; (7) perspektif legal, tentu hal ini sangat ditekankan dengan menyatakannya lewat peraturan yang berlaku terutama perilaku yang dianggap etis.

Dari segi bahasa, kata etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, serta cara berpikir. Jika di konsepkan dari asal katanya maka akan didapat bahwa etika merupakan ilmu tentang kebiasaan yang

dilakukan atau tentang adat istiadat. Dalam KBBI, etika memiliki tiga arti, ilmu yang mengetahui baik dan buruk, nilai yang dianut oleh masyarakat berkenaan benar dan salah, serta gabungan asas atau nilai yang berkaitan dengan akhlak (Bertens, [2004](#)).

Etika secara umum diartikan sebagai tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik (Haryatmoko, [2010](#)). Sementara A. Sonny Keraf, membagi etika menjadi dua bagian yaitu: (1) Etika Umum, membahas kondisi dasar manusia bertindak etis dalam mengambil keputusan, dan teori etika yang mengacu pada prinsip moral dasar sebagai penegangan dalam bertindak dan pedoman untuk nilai baik dan buruknya suatu tindakan yang dilakukan individu atau kelompok orang; (2) Etika Khusus, penerapan prinsip dasar dalam bidang khusus yaitu mengambil keputusan dan bertindak pada proses dan fungsional suatu organisasi. Di mana etika tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu, Etika Individu menyangkut kewajiban dan perilaku manusia terhadap dirinya, serta Etika Sosial mengenai kewajiban sikap, perilaku sebagai anggota masyarakat terhadap nilai sopan santun, tata karma, dan saling menghormati.

Sedangkan secara aksiologi, etika dalam berkomunikasi diharapkan mampu menjadi standar etika yang digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menilai teknis, isi, dan tujuan komunikasi. Adapun penilaian etika komunikasi meliputi: (1) perspektif politik, yaitu sebuah penghormatan, wibawa, keyakinan dan harga diri individual; (2) perspektif sifat manusia, yaitu kemampuan berpikir dan menggunakan simbol komunikasi. Etika komunikasi dinilai dari: a) maksud si pembicara; b) sifat dari cara-cara yang diambil; c) keadaan yang menggiring; (3) perspektif dialogis, dalam hubungan dialogis, sikap dan perilaku partisipan komunikasi ditandai dengan kualitas seperti kebersamaan, keterbukaan hari, keberlangsungan, kejujuran, dan lain sebagainya.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut "*communication*" yang berasal dari bahasa Latin "*communicatio*", bersumber dari "*communis*" yang berarti sama. Sama di sini memiliki pengertian sama makna. Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui/tanpa media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam aspek komunikasi terdapat komponen-komponen penting terjadinya komunikasi timbal balik, yakni: (1) komunikator, yaitu komunikasi dan organisasi pendidikan orang yang menyampaikan pesan; (2) pesan atau informasi maupun pernyataan, ide dan gagasan yang disampaikan; (3) komunikan, yaitu orang yang menerima pesan, informasi maupun ide dan gagasan; (4) media, yaitu, sarana atau saluran yang digunakan dalam berkomunikasi; (5) efek, yakni akibat, dampak, *output* atau hasil dari adanya jalinan komunikasi dengan orang lain maupun dengan pihak lain. Menurut Sutisna, komunikasi ialah proses menyalurkan informasi, ide, penjelasan, perasaan, pertanyaan dari orang ke orang atau dari kelompok ke kelompok (Sutisna, [1987](#)).

Secara umum, definisi komunikasi adalah usaha manusia dalam menyampaikan pesan. Kemudian, definisi Ilmu Komunikasi adalah sebuah ilmu yang berusaha untuk menyampaikan pesan antar sesama manusia. Jika penyampaian pesan tertuju pada makhluk lain, seperti hewan dan tumbuh-tumbuhan, maka itu tidak termasuk ke dalam ilmu komunikasi (Soyomukti, [2012](#)). Ross berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyortiran dalam memilih dan mengirimkan simbol, tentunya simbol membangkitkan makna atau respons dari pikirannya dengan komunikator (Cartono, [2018](#)). Dapat disimpulkan bahwa etika merupakan cara seseorang menentukan sikap, nilai, moral, dan bertata-krama dalam kehidupan bermasyarakat dengan memahami konstruksi komunikasi yang baik. Dengan tujuan komunikasi yang sehat bisa terbangun secara intens. Sehingga masyarakat berkomunikasi antar sesama manusia sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, secara definisi merupakan metode meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan secara sistematis mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Dedi, [2008](#)). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis data kualitatif. Karena penelitian tidak menggunakan hipotesis dan variabel melainkan menggunakan gambaran dan analisis kejadian atas objek-objek yang diteliti. Dalam buku *Metode Penelitian Komunikasi*, Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa karena penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, [2002](#)). Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu memilih informan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Teknik penentuan sampel ini harus dengan beberapa pertimbangan tertentu. Contohnya, seorang melakukan penelitian tentang minuman, maka sumber datanya harus dari pakar minuman (Sugiyono, [2011](#)). Karena penelitian ini ingin mengkaji etika komunikasi pada Remaja Masjid Himpunan Muda-Mudi Al-Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia. Maka, peneliti mengambil sebanyak tiga informan Remaja Masjid Himpunan Muda Mudi Al Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia, yaitu: (1) Dimas, sebagai Ketua; (2) Maymunah, Sekretaris dan (3) Insyirah, Bendahara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah memaparkan beberapa definisi media sosial dari beberapa ahli, maka saat ini kita menemukan sifat media sosial yang interaktif, terbuka, serta membuka peluang bagi setiap orang untuk ikut berperan aktif di dalamnya (Purwatiningsih, Inayah, & RadjaGukguk, [2020](#)). Apalagi sekarang ini, pemuda milenial disuguhkan banyak aplikasi media sosial, sebut saja Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, Line, Telegram, WhatsApp, dan sebagainya. Bahkan, satu pemuda saja bisa menggunakan berbagai macam aplikasi media sosial.

Hasil penelitian yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa kondisi etika berkomunikasi di media sosial Remaja Masjid Himpunan Muda Mudi Al Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia, berdasarkan pengalaman informan terkadang mereka merasa terganggu ketika melihat pesan-pesan dalam media sosial. Dimas merupakan seorang informan, ia mengungkapkan berdasarkan pengalamannya ketika membaca *unggah* di Instagram. Menurutnya, ketika berkomunikasi kita harus menyesuaikan dengan siapa dan di mana kita berkomunikasi. Jangan menyebar berita *hoax* atau mengungkit masalah pribadi orang lain. Karena sering ia melihat banyak komentar negatif dan mencela.

Jika dilihat dari pernyataan Dimas tersebut, peneliti melihat bahwa informan sering membaca unggahan yang mengandung pernyataan negatif yang jauh dari nilai moral. Terlebih lagi menyinggung dan mencampuri masalah pribadi orang lain yang seharusnya tidak perlu dilakukan. Tindakan tersebut banyak mengubah media sosial menjadi wadah menyalurkan manifestasi ketidakpuasan terhadap seseorang atau kelompok tertentu.

Saat ini di Indonesia, media sosial *Instagram* lebih populer dibandingkan yang lain. Karena *Instagram* mempunyai komunikasi yang praktis. Aplikasi ini menyediakan filter digital bertemakan *faux vintage* ke fotonya, kemudian dibagikan ke pengguna lain melalui jejaring sosial. Namun semakin berkembangnya zaman, media sosial tidak hanya menyampaikan informasi, baik positif maupun negatif, tetapi juga untuk mencari sensasi (Maulinda & Suyatno, [2016](#)).

Komunikasi yang dilakukan di media sosial, terutama para pengguna Instagram, sering tidak menggunakan bahasa tidak baku. Penyebabnya karena di dunia maya, kita tidak tahu siapa lawan komunikasi serta di mana posisinya. Tentunya mengakibatkan miskomunikasi di antara pengguna.

Tetapi, ada sebagian kecil orang sudah bertemu lalu melanjutkan komunikasi di media sosial, sehingga komunikasi dan ikatan emosional terus berlanjut. Penggunaan bahasa di media sosial tidak memakai bahasa yang baku, bahkan sangat jarang para pengguna memakai aturan PUEBI (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia) (Mutiah, Albar, Fitriyanto, & Rafiq, 2019). Adapun upaya pencegahan terhadap hal buruk di *Instagram*, yaitu dengan tidak terlalu mengunggah foto-foto pada akun kita, dengan begitu tidak banyak orang yang memberikan komentar-komentar aneh. Kemudian, jangan membanjiri *Feed*, hindari sifat narsis, dan *make conversation* (memberi komentar dan membalas komentar dengan baik) (Maulinda & Suyatno, 2016).

Selain itu, Maymunah salah satu informan mengungkapkan berdasarkan pengalamannya ketika melihat isi konten di Tik Tok, ia mengungkapkan bahwa etika komunikasi ialah aturan-aturan atau nilai yang dilakukan atau diterapkan seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain agar tidak menyinggung atau menimbulkan perspektif negatif. Sering dijumpai di media sosial bahwa beberapa orang kurang bijak dalam menggunakan kata-kata yang dapat menyinggung orang lain, menimbulkan provokatif atau SARA, dan juga penyebaran berita *hoax*. Pelanggaran etika komunikasi yang pernah saya lihat yaitu terjadi pencemaran nama baik seseorang dan *bullying* dengan berkomentar menggunakan kata-kata yang kurang baik.

Jika dilihat dari pernyataan Maymunah tersebut, peneliti melihat bahwa informan sering mendapati konten-konten yang merugikan pihak lain bahkan di kolom komentar banyak terjadi aksi *bully* atau menyudutkan suatu pihak terhadap peristiwa tertentu yang pada akhirnya merusak citra dan nama baik seseorang. Hal tersebut menandakan bahwa masih banyak pengguna media sosial atau pihak yang belum bijak dan tidak bertanggung jawab terhadap konten yang diterbitkan.

Awalnya konten *Tik-Tok* dibuat untuk menyalurkan hobi dan bakat, mengedukasi, serta mengekspresikan diri seseorang lewat ketersediaan fitur-fitur kreatif. Media sosial *Tik-Tok* bersifat persuasif, yaitu mengajak orang lain untuk ikut menggunakannya. Namun, dengan lajunya perkembangan berita dan informasi membuat interaksi sosial semakin meningkat. Bahkan masyarakat semakin bebas dalam berpendapat. Maka dari itu, kebebasan mengemukakan pendapat ini sangat sulit untuk dikendalikan. Sehingga dampak yang ditimbulkan adalah terganggunya kesejahteraan di dalam masyarakat (Arenda et al., 2022).

Adapun beberapa upaya untuk menerapkan etika komunikasi yang baik agar mencegah dampak negatif, yaitu: (1) menggunakan kalimat positif dengan membiasakan menghargai unggahan orang lain. Kemudian, jika kita ingin berkomentar, selalu menggunakan kata-kata yang baik dan sopan; (2) memeriksa kebenaran informasi dari *hoax* serta yang direkayasa; (3) menjaga privasi satu sama lain. Hal ini penting, karena setiap orang memiliki hak atas pribadinya. Dengan tujuan agar orang lain tidak kebablasan mengakses data pribadi kita. Sehingga akan menimbulkan keharmonisan dan terhindar dari kejahatan; (4) menonaktifkan komentar, bagi mereka yang tidak kuat mental, sebaiknya komentar dinonaktifkan saja. Karena kita tidak tahu para *follower* ketika melihat konten kita, ada yang mendukung dan ada pula yang tidak. Bahkan yang lebih ekstrem lagi, ada yang membully (Arenda et al., 2022).

Sedangkan Insyirah, salah satu informan mengungkapkan berdasarkan pengalamannya ketika membaca isi Twitter. Ia menyatakan, sejauh yang ia ketahui tentang etika komunikasi adalah di mana etika itu yang paling penting dalam aspek mana pun, termasuk dalam berkomunikasi. Dengan etika, maka akan menimbulkan komunikasi yang baik. Menggunakan media sosial pun kita juga harus mengerti bagaimana beretika yang baik, agar terciptanya komunikasi yang baik. Ketika melihat suatu pelanggaran etika komunikasi di media sosial itu sangat mengganggu pengguna lainnya. Contohnya berita *hoax* tentang vaksin, maka akan menimbulkan kegaduhan.

Jika melihat dari pernyataan Insyirah tersebut, peneliti melihat bahwa informan tersebut merasa etika berkomunikasi sangat diperlukan dalam bermedsos. Informan meyakini bahwa penyebaran berita *hoax* juga melanggar etika komunikasi, di mana efek tersebut akan menimbulkan kegaduhan. Sebaiknya diperlukan beberapa etika komunikasi yang baik dalam menggunakan etika komunikasi di media sosial Twitter, seperti: a) penggunaan bahasa, ini penting sebagai cerminan pada diri peunggah. Karena semua orang yang melihat unggahan kita dengan mudahnya menebak dan menghakimi kita; b) tema unggahan, perlu kiranya kita memilah tema-tema apa yang cocok. Untuk menghindari hal-hal yang negatif, sebaiknya tema yang dipilih yaitu edukasi, motivasi dan inovatif; c) menggunakan *emoticon*, merupakan penyeimbang pada berita atau status-status yang sedang *viral*. Ini untuk menghindari orang-orang yang dengan mudah menghakimi, agar semua terlihat baik-baik saja; d) *Retweet*, merupakan keterwakilan kita kepada status orang lain, yang dengan begitu kita merasa setuju atas pendapatnya; e) Memaafkan kesalahan orang lain, Twitter sebagai media sosial yang banyak dikonsumsi di ruang publik sehingga orang-orang yang belum kita kenal sebelumnya bisa akrab. Dalam bersosialisasi di media sosial penting untuk memaafkan orang lain agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan (Wardhani, 2015).

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan terkait etika komunikasi di media sosial berdasarkan pengalaman pribadi disimpulkan sebagai berikut: 1) media sosial bukan menjadi ajang melampiaskan rasa tidak suka terhadap orang lain karena ada atau tidaknya alasan tertentu; 2) ketika berkomunikasi di media sosial harusnya menggunakan bahasa yang baik dan sopan agar tidak mencederai orang lain lewat kata-kata atau ungkapan yang menyinggung. Ketika muncul berita yang tidak sesuai fakta atau *hoax* akan sangat mengganggu karena akan menimbulkan dampak negatif bagi pengguna media sosial lainnya yang masih awam.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa Remaja Masjid Himpunan Muda-Mudi Al Ikhlas Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia menyadari pentingnya memiliki pengetahuan yang baik terhadap etika berkomunikasi di media sosial. Karena adapun yang diunggah merupakan tanggung jawab moral dan doktrin bagi orang lain. Etika komunikasi di media sosial berdasarkan penelitian meliputi: etika dalam menggunakan media sosial, etika dalam isi pesan, dan etika moral dalam bermedsos.

REFERENSI

- Arenda, F., Kayana, K. A., Rohmah, E. M., Febriani, S., Glorino, M., & Pandin, R. (2022). Pentingnya Etika dalam Berkomunikasi di Sosial Media Tik Tok.
- Bertens, K. (2004). *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Cartono. (2018). Komunikasi dan Interaksi Media Sosial. *Orasi*, 9(2).
- Dedi, M. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, A. B. (2011). *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Gemle. (2002). *Communication Work (Seventh Edition)*. New York: McGraw Hill.
- Haryatmoko. (2010). *Filsafat dan Etika*. Bandung: Widya Padajaran.
- Kaplan, H. (2010). Usersoftheworld, unite! The chalanges and opportunitiesofsocialmedia. *Business Horizon*, 53(1).
- Maulinda, R., & Suyatno. (2016). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram). *Prosiding Seminar Nasional UU ITE VS Budaya Komunikasi di Indonesia 2016*. Pamulang: Universitas Pamulang.
- Mufid, M. (2015). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, 1(14-24).
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Purwatiningsih, S. D., Inayah, R., & RadjaGuguk, S. (2020). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi. *IKON*, XXVI(3), 246-267.

- Putri, S. R., Nurhayati, Sunandar, D., Muiz, A., & Vindua, R. (2021). Pemanfaatan Perkembangan Teknologi Informasi Dalam Media Sosial Untuk Memperluas Jangkauan Dakwah Bagi Remaja Masjid Al -Falah. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(2), 114-121.
- Rakhmat, J. (2002). *Metode Penelitian Komunikas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sudiby. (2016, October). Etika Bermedia dan Kontroversi Politik. *Kompas*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, O. (1987). *Administrasi Pendidikan Dasar Teoritis untuk Praktek Profesional* (cetakan ke). Bandung: Angkasa.
- Wahyudi. (2021). *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Bildung.
- Wahyudin, U., & Karimah, K. El. (2016). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Wardhani, N. K. (2015). *Etika Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI dalam Media Sosial Twitter*. UIN Alauddin Makassar.

Daftar Informan

1. Dimas (Ketua Remaja Masjid Himpunan Muda Mudi Al Ikhlas)
2. Maymunah (Sekretaris Remaja Masjid Himpunan Muda Mudi Al Ikhlas)
3. Insyirah (Bendahara Remaja Masjid Himpunan Muda Mudi Al Ikhlas)